

VANDERMOTTEN, Christian, MARISSAL, Pierre *et al.* (2003) *La production des espaces économiques. Tome II*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 295 p. (ISBN 2-8004-1287-9)

Claude Manzagol

Volume 48, numéro 135, décembre 2004

Les détroits maritimes

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/011804ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/011804ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de géographie

ISSN

0007-9766 (imprimé)

1708-8968 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

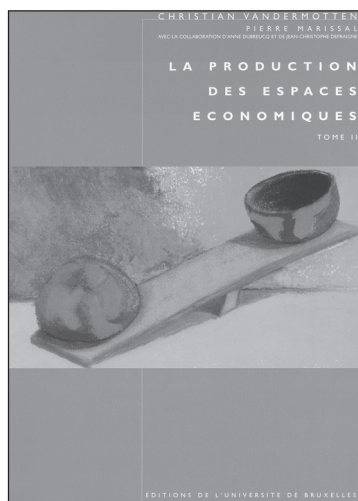
Manzagol, C. (2004). Compte rendu de [VANDERMOTTEN, Christian, MARISSAL, Pierre *et al.* (2003) *La production des espaces économiques. Tome II*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 295 p. (ISBN 2-8004-1287-9)]. *Cahiers de géographie du Québec*, 48(135), 443–444. <https://doi.org/10.7202/011804ar>

VANDERMOTTEN, Christian, MARISSAL, Pierre *et al.* (2003) *La production des espaces économiques*. Tome II, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 295 p. (ISBN 2-8004-1287-9)

Les lecteurs auront attendu cinq ans ce second volume, un délai qu'explique l'ampleur de la tâche. Les *Cahiers de géographie du Québec* avaient rendu compte du premier tome (vol. 43, n° 118, 1999) en soulignant les qualités et l'importance de l'apport. On attendait avec impatience de porter un regard global sur ce vaste travail consacré à la production des espaces économiques par Christian Vandermotten et ses collaborateurs. L'attente n'est pas déçue.

Le premier volume était dévolu à la production de l'espace économique dans les pays développés, reconstituée en profondeur pour la Belgique et l'Europe. Le second s'ouvre sur un chapitre consacré aux États-Unis, qui aurait été plus à sa place dans le précédent (contraintes éditoriales mises à part) puisque le reste du travail est consacré à la périphérie. La progression n'est cependant pas linéaire; deux chapitres sont dévolus aux conditions socio-économiques dans les périphéries et à l'analyse des rapports entre croissance démographique et développement. Les auteurs convient le lecteur à un long retour sur la formation du système de l'économie-monde avant de traiter des structures spatiales des pays de la périphérie – du Congo au Brésil, de l'Iran à la Chine –, où ils voient autant de «reflets de leurs modalités d'insertion dans l'économie-monde».

On retrouve dans cette seconde livraison les mêmes qualités qui faisaient l'intérêt de la première. Une ample documentation est mise à contribution, qui nourrit la réflexion, la discussion, une abondante cartographie et de multiples et précieux tableaux statistiques; le chapitre 8 notamment, qui traite de la «formation du système de l'économie-monde», emprunte aux historiens de l'économie comme aux spécialistes de diverses sciences sociales pour la période contemporaine. L'option «radicale» des auteurs ne les empêche nullement de nuancer finement leurs diagnostics sur le rôle de la colonisation. Sans doute, certaines argumentations n'emporteront-elles pas la conviction de tous les lecteurs; certains regretteront un excès de dialectique. Telle formulation pourra paraître maladroite (la décolonisation comme première évocation des conséquences du fordisme, p. 156) ou incomplète (le raisonnement sur la détérioration des termes de l'échange aurait bénéficié de mieux prendre en compte les travaux de Paul Bairoch). Le pronostic des auteurs sur les aptitudes au rattrapage des pays de la périphérie peut paraître un peu pessimiste – le groupe des pays les moins avancés mis à part –, comme en témoigne l'évolution récente de l'Inde; ces réserves n'entament toutefois pas la solidité de l'ensemble.



Il faut saluer sans réserve une entreprise de cette envergure. Tout en offrant une synthèse vaste et stimulante, elle livre un formidable matériel (graphiques, cartes, études de cas, etc.) dont les enseignants, en particulier, tireront grand parti.

Claude Manzagol
Université de Montréal

MÉRENNE-SCHOUMAKER, Bernadette (2003) *Géographie des services et des commerces*. Rennes, Presses universitaires de Rennes, (Coll. «Didact Géographie»), 239 p. (ISBN 2-86847-849-2)

Cet ouvrage traite d'un secteur de la géographie économique qui reste encore peu abordé sous la forme d'études synthétiques: il s'agit des activités de service. Il comporte également, en dernière partie, un développement important sur le commerce de détail, car celui-ci constitue à la fois une catégorie de service tout à fait particulière et un domaine de recherche qui a précocement intéressé les géographes.

L'angle d'approche de ce livre reste le même que celui adopté par l'auteur dans son précédent ouvrage (*La localisation des services*, 1996), à savoir: quelles sont les logiques de localisation des services? Quelles sont les évolutions récentes de ces localisations et les mécanismes sous-jacents? Toutefois, ce livre se distingue du précédent et le prolonge finalement, d'une part en approfondissant la notion de service, d'autre part en intégrant les apports les plus récents de la recherche, notamment dans les cas d'activité étudiés.

L'ouvrage s'organise en quatre temps. Tout d'abord, l'auteur clarifie les éléments de définition, de classement et de mesure des services et souligne que la croissance et les mutations récentes de ce secteur relèvent d'un enchevêtrement de facteurs de nature tant technologique et économique que sociale et politique. Ces éléments de compréhension sur les services étant posés, la problématique de la localisation pour ces activités est ensuite abordée: elle est traitée sous ses aspects généraux et à deux niveaux d'échelles (inter-urbaine et intra-urbaine), au travers d'une analyse sur les modèles théoriques de localisation et leurs facteurs de variation, en raison soit de la spécificité des diverses activités de service, soit de l'apparition de phénomènes nouveaux (mondialisation, réseau de villes, périurbanisation, etc.). De cette seconde partie, il ressort un constat général sur l'existence actuelle de mouvements à la fois de concentration et de diffusion élargie des activités de service. Dans la troisième partie, ce constat est ensuite affiné grâce à l'analyse de trois sous-secteurs ayant des spécificités très différentes au regard des logiques de localisation: les services publics, le tourisme et les services aux entreprises. Enfin, la quatrième partie, dédiée au commerce de détail, permet au lecteur de saisir

